Nr. 44 Poznań, dnia 2 listopada 1932 Rocznik 13

PRZEGLĄD GRAFICZNY

Organ Związku Organizacyj Przemysłu Graficznego i Wydawniczego w Polsce z siedzibą w Warszawie

Adres redakcji i administracji: Poznań, Stary Rynek 4 — Telefon 25-55 — P. K. O. Poznań, 203 627

Komunikaty

Korporacji Zakładów Graficznych i Wydawniczych na Województwo Poznańskie z siedzibą w Poznaniu

Najbliższe wypisy uczniów

odbędą się z końcem listopada rb. Wnioski należy przesłać najpóźniej do dnia 15-go listopada. Do wniosku, napisanego przez ucznia, dołączyć należy:

1. Życiorys.
2. Świadectwo szkoły dokształcającej.
3. Poświadczenie zakładu z odbytej nauki.
4. Ugodę.

Poza tem zwracamy Szan. Członkom Korporacji uwagę, że wnioski uczni z Zakładów, zalegających ze składkami Korporacyjnemi, nie zostaną uwzględnione dopóty, dopóki składki te nie zostaną w całości uregulowane.

W sprawie zmian co do podziału świadectw przemysłowych na kategorje

Związek Organizacyj Przemysłu Graficznego i Wydawniczego w Polsce z siedzibą w Warszawie wysłał do Izby Przemysłowo-Handlowej w Warszawie memorjał z wnioskiem, dotyczącym wprowadzenia zmiany do podziału świadectw przemysłowych na kategorje. — Izba projekt ten z właściwem poparciem włączyła do ogólnego projektu zmian w ustawie o państwowym podatku przemysłowym, który został złożony w Ministerstwie Skarbu.

Oto tenor memorjału:

Wobec prowadzenia w obecnym czasie przez Izbę prac nad projektem zmian w ustawie o państwowym podatku przemysłowym, mamy zaszczyt prosić o włączenie do pomienionego projektu dezyderatu przemysłu graficznego, mianowicie:

W grupie XIX taryfy świadectw przemysłowych, do której to grupy zaliczone są zakłady graficzne, istnieje podział na kategorje świadectw wielce dla przemysłu graficznego nieodpowiedni, gdyż utrudniający swobodny normalny rozwój zakładów graficznych małych i średnich.

Przemysł graficzny w naszym kraju stoi obecnie na tym stopniu rozwoju, że ilość zakładów małych i średnich jest w nim przeważająca (do 90%).

Za zakład średni uważać należy zakład, zatrudniający, przy stosowaniu silników mechanicznych, ponad 10-ciu do 50-ciu robotników.

Wobec tego, że opłata patentu kategorji 5-ej odnosi się do zakładów zatrudniających ponad 10-ciu do 25-ciu robotników (koszt świadectwa przemysłowego wynosi zł 360.—), zaś do kategorji 4-ej ponad 25-ciu do 200-tu robotników) koszt świadectwa przemysłowego wynosi złotych 1 080.—), tak znaczny odskok w cenie świadectwa, z różnicą wynoszącą zł 720.—, i odpowiadający mu odskok w liczbie robotników (25—200) krępuje możność naturalnego, stopniowego zwiększania przez zakłady średnie ilości robotników.

Stale daje się zauważyć zjawisko takie, że zakład drukarski, technicznie urządzony do zatrudniania ilości robotników do 50-ciu, lecz zatrudniający 25-ciu robotników, nie jest w stanie, w razie napływu większej ilości zamówień, podjąć się ich wykonania, gdyż przez konieczne w takim wypadku zwiększenie personelu, choćby tylko o jednego człowieka, byłby zmuszony opłacić świadectwo kategorji 4-tej t. j. powiększyć koszty ogólne produkcji o złotych 720.—.

To zwiększenie zupełnie się nie kalkuluje.

Zakład, zatrudniający 25-ciu robotników ponosi koszt, wypływający z opłaty świadectwa przemysłowego, na każdego robotnika złotych 14.40.

Zwiększając liczbę pracowników ponad 25-ciu zakład graficzny zmuszony jest wykupywać świadectwo przemysłowe 4-ej kategorji, co zwiększa koszty ogólne w następujący sposób na każdego robotnika:

przy	**25**	**rob.**	**koszt**	**na**	**każdego**	**rob.**	**wynosi**	**zł. 14,40**
„	30	„	„	„	„	„	„	zł. 36,—
„	35	„	„	„	„	„	„	zł. 30,85
„	40	„	„	„	„	„	„	zł. 27.—
„	45	„	„	„	„	„	„	zł. 24,—
„	50	„	„	„	„	„	„	zł. 21,60

a dopiero

przy 75 rob. koszt na każdego rob. wynosi zł. 14.40

Mając powyższe na uwadze, przemysł graficzny wnosi, by do taryfy opłat za świadectwa przemysłowe grupy XIX, wprowadzić zmianę, przesuwając granicę kategorji 5-ej w punkcie b) do ilości 50-ciu robotników, zaś bez silników do 75-ciu robotników.

W rzeczywistości drukarnie bez silników szczególniej typu małego nie istnieją wcale.

Urzeczywistnienie powyższego wniosku zniosłoby to skrępowanie przemysłu, które powstało wówczas, gdy cena świadectwa przemysłowego przestała być włączana do ogólnej sumy podatku przemysłowego.

Proponowana przez nas zmiana, przyczynisię do swobodnego rozwoju średnich zakładów graficznych w ich naturalnych granicach, — które to zakłady w dzisiejszym stanie rzeczy są najbardziej zdrowym odłamem przemysłu, — i da im możność swobodnego zwiększania lub zmniejszania personelu w zależności od napływu zamówień, co jest szczególnie ważne przy panujących dziś warunkach gospodarczych.

Dyrektor (—) *H. Borkowski.*

Racjonalizacja w dziale gazetowym

Zdawaćby się mogło, iż w dziale gazetowym niema już czego racjonalizować, gdyż zainstalowane maszynki są typu najnowszego a składacz potrzebuje tylko „zjechać" swe kwantum wierszy, i sprawa na tem się kończy. Kto jednak dostatecznie zna się na pracy maszynkarza tak pod względem teoretycznym i praktycznym przyznać musi, że mniej tu wchodzi w rachubę racjonalizacja techniczna i maszynowa, jak raczej wpływ psychologiczny na pracę oraz opanowanie dyspozycyjne.

Jeśli zakład kładzie nacisk na postęp swego urządzenia i jakościową wydajność, starać się będzie o możliwie najnowsze uzupełnienia maszynkowe, ułatwiające pracę. Ale przytem wiedzieć trzeba, że co jest dobre np. dla zakładu dziełowego, nie zawsze ten sam skutek odnosi się w dziale gazetowym. Dla gazet nadawają się przeważnie linotypy, względnie intertypy, gdyż te typy maszynek są najbardziej wydajne, co zwłaszcza przy gazetach, gdy ostatni materjał redakcyjny nadchodzi krótko przed zamknięciem numeru, jest warunkiem aktualności wydawnictwa. Zakłady, które obok gazety wykonują i dzieła, a zwłaszcza wydawnictwa gazetowe na prowincji, zadowolić się mogą zupełnie typografem jako tańszym. Odlew wierszy jego jest beznaganny i równy, co przy dziełach gra ważną rolę. Co do możliwości ilościowej produkcji to dziś już śmiało twierdzić można, że normy pod względem składania ilości głosek na godzinę są dużo przesadzone dla typografa i n m i n u s. Normy te odnoszą się do czasów, gdy maszynka ta nie wykazywała jeszcze tych ulepszeń, które z biegiem czasu dokonano. Poprostu tradycja poszkodowała zdolność typografu. Dziś już wiemy, iż jest to tylko kwestją składacza, co on z maszynki wyprodukować może.

Przy zakupie maszynki należy się zastanowić, jakiemu celowi ma ona służyć. Oprocentowanie kapitału wyłożonego oraz wpisy amortyzacyjne obciążają ją poważnie. Należy ją zatem dobrze wykorzystać, jeśli chcemy coś z niej wygospodarzyć. Dla wydawnictwa gazety przynosi ona już tę korzyść, że oszczędza się częste zakupywanie czcionek, a ponadto zestaw szybciej się wykończa. Jest już pewną racjonalizacją, gdy zdoła się utrzymać kapitał zakładowy jak najniższy. To też lepiej jest zatrudniać jedną maszynkę na dwie zmiany, niż dwie maszynki na jedną zmianę.

Drobne ogłoszenia z tekstem bieżącym można oddać do zestawu maszynkom, jednak ogłoszenia z tekstem przerywanym, o zmiennych szerokościach, bardzo często nie opłacają się przy zestawie maszynowym i lepiej oddać je zecerni ręcznej.

Kierownictwo może uzyskać lepszą produkcję ilościową w dziale maszynkowym, jeśli uwzględni inne jeszcze momenty i warunki pracy. Składacz skupiający swą uwagę na rękopis i bieg maszyny, nie powinien być odrywany swą uwagą i nagabywany przy lada sposobności o „objaśnienia"; lokal powinien stanowić całość dla siebie, i nie stanowić „pokoju przechodniego". Ile zmudł przynoszą zmiany pisma, magazynu, słupka i wiersza, dowiedzieć się można dopiero po skrupulatnej statystyce w tym względzie. Często okaże się potrzeba, że lepiej jest, by korektor urzędował bezpośrednio przy lub w hali maszynkowej i odręcznie mógł załatwić korekty, jeśli zachodzi potrzeba zmiany pisma lub szerokości. Oszczędzi się powtórnych zmian specjalnie dla korekt. Czy aparat do odbijania korekt umieścić również w jednym lokalu, zależy to już od miejscowych warunków.

Podobnie jak w zecerni ręcznej z zapasem czcionek, rzecz ma się i z matrycami. Znajdować się one muszą w odpowiedniej ilości, by nie czekać aż poprzedni wiersz się rozbierze. To samo tyczy się i klinów . Do racjonalizacji należy także regularne i staranne czyszczenie klinów matryc i maszyn przez siłę odpowiednią. Zaniedbania pod tym względem nie dadzą długo na siebie czekać i niedomagania występują w formie rozmaitej. W każdym razie następstwa są niekorzystne dla interesu.

Metal maszynkowy wymaga specjalnej obserwacji. Lepiej mieć większy zapas i rzadziej przetapiać, niż mały zapas przetapiać często. W ostatnim wypadku ulega rychło zdekompletowanie, gdyż spalają się pewne części składowe i metal „jałowieje", co odbija się na wyraźnym odlewie obrazka i solidności słupka. Nadto kanały w kotle zanieczyszczają się, zbyt wcześnie osadza się kamień, trudny do usunięcia. Nie należy nigdy „uzupełniać" metalu maszynkowego stereotypijnym lub czcionkowym z „piekła".

Prawidłowa dyspozycja w większym zakładzie jest rzeczą niezbędną choć trudną; wymaga rozwagi i nerwów silnych. Gdzie każdy redaktor chce bezpośrednio konferować ze składaczem, tam traci tempo pracy. Podział rękopisu między pracowników jest rzeczą oddziałowego, względnie kierownika. Zadaniem tego ostatniego jest także dbałość o ciągłe zatrudnienie i wykluczanie pauz i wyczekiwań.

Ukazujące się na rynku wszelkie nowości i udoskonalenia należy śledzić i badać, o ile podniosą one rentowność i sprawność. Przed zainstalowaniem należy obliczyć, o ile koszty inwestycyjne wyrównają lub zmniejszą dotychczasowe zmudy i niedogodności. W przeciwnym razie narazimy się na zarzut, iż uprawiamy kosztowną modernizację zakładu, ale nie jego celową racjonalizację.

Celuloid jako materjał poddrukowy

Do poddruków używa się szeregu materjałów jak linoleum, płyty ołowiane i celuloid. Prócz tego są w handlu, zwłaszcza zagranicą, inne jeszcze materjały fabryczne. Najłatwiej obrabia się rylcem linoleum, chociaż zakres jego używania jest ograniczony. Trudno bowiem wykonać z niego rysunki delikatniejsze. Również i podczas druku linoleum wykazuje pewne strony ujemne, rozciągając się jako materjał elastyczny i tracąc linję pierwotną.

Płyta ołowiana jest dobrym materjałem w obróbce, jednak ma swe słabe strony w druku. Gdy chodzi o partję druku jasnemi barwami, ołów łączy się z farbą i na papierze ukazuje się brudny odcień.

Jedynym materjałem, nie ulegającym powyższym niedokładnościom, to płyty celuloidowe. W druku są materjałem trwałym, wytrzy-

mującym większe nakłady, nie łączą się z farbą jak ołów i nadawają się na delikatne rysunki.

Do płyt poddrukowych nadawają się najlepiej płyty celuloidowe grubości 2 mm. Istnieją w handlu płyty przeźroczyste, trudniejsze do obróbki, natomiast lepiej nadawają się białe, nieprzejrzyste.

Aby rysunek lub przedruk przenieść na płytę celuloidową, należy ją przedtem zagruntować odpowiednio, inaczej rysunek nie trzymałby się na jej powierzchni. Do gruntowania używa się bieli cynkowej i białka. Białko ubija się dość gęsto i odstawia na ciepłe miejsce. W przeciągu godziny ustoi się czyste albumin w postaci wodnego płynu, który zlewa się z pod skrzepłych szumowin białka. Chcąc albumin przechować czas dłuższy, dodaje się do niego soli kuchennej i przechowuje w butelce. Do gruntowania wylewa się na płytę odpowiednią ilość albuminu, dodaje nieco bieli cynkowej i rozciera palcem, aż powstanie cienkie ciasto. Masę tę rozciera się na płycie tamponem, lub szerokim pendzlem tak długo, aż cała płyta pokryje się cienką warstwą. Po wyschnięciu nadaje się płyta do przyjmowania rysunku. Jeśli używamy wzoru drukowanego jako przedruk, nie powinien on być zbyt tłustym; normalny tłok wystarczy zupełnie dla otrzymania wyraźnego rysunku. Warstwa gruntowa na płycie celuloidowej przyjmuje bowiem bardzo dobrze farbę. Przedruk dokonać można pod tłokiem belki maszyny do cięcia papieru, jeśli niema pod ręką małej prasy introligatorskiej. Dla ochrony rysunku, aby się nie zamazał podczas obróbki, przetrze się powierzchnię talkumem.

Jest już rysunek gotowy, można przystąpić do rzeźby. Przedtem jeszcze dobrze jest wszystkie miejsca, mające pozostać wypukłe, pociągnąć cienkim pendzelkiem tuszą. Jest to pewnem zabezpieczeniem, by podczas rzeźbienia omyłkowo nie skaleczyć tych miejsc.

Pozatem obrabia się celuloid podobnie jak inny materjał. Najpierw cienkim rylcem wytyczy się kontury, później większe płaszczyzny ubiera się szerszym. Ponieważ celuloid jest materjałem nieco twardym, zważać trzeba na opanowanie rylca. Dłoń trzeba oprzeć na płycie i posuwać ją w miarę posuwania się rzeźby, rylec sam oprzeć na kciuku a przyciskać palcem wskazującym. Po pewnej praktyce nabywa się odpowiedniej wprawy. Rzeźba w głąb nie powinna przekraczać 1 mm, inaczej rysunek straciłby na spoistości.

Gotową płytę traktuje się jak kliszę. Albo przybija się na deskę lub przymocowuje się na sztegi żelazne z facetami. W każdym razie należy pozostawić przy brzegach margines do przymocowania.

Podczas rzeźbienia lub później przy druku zdarzyć się może uszkodzenie rzeźby w tem lub owem miejscu. Wymaga to pewnej reparacji, by płytę użytkować. W tym celu sporządzi się opiłki delikatne z odpadków celuloidu, i kroplami eteru octowego rozcieńcza się je, aż otrzymamy rodzaj kitu. Przy nakładaniu tego kitu na miejsce uszkodzone zważać należy, aby nie rozszerzać go na miejsca zdrowe, gdyż eter octowy rozkłada celuloid. Po wyschnięciu kitu wyrówna się reparowaną powierzchnię ostrym scyzorykiem lub szerokim rylcem.

Krzewienie czytelnictwa gazet i czasopism

„Słów parę o czytaniu gazet i czasopism“, a raczej cały artykuł, aczkolwiek popularny, lecz ciekawy, zamieścił ukryty pod pseudonimem Gryfa autor w „Wiarusie“ (Nr. 40 z dnia 2. X. r. b.) Czytamy tam m. inn.:

„Trzeba sobie powiedzieć otwarcie, że czytamy bardzo mało. Na to „niema czasu“... Jeżeli zaś weźmie niejeden gazetę do ręki, to przeważnie ogranicza się do wypadków i sensacyj, przebiegnie szybko nagłówki innych artykułów i uważa, że czytanie ... skończone A rezultat tego dość smutny: brak często wiadomości o tem, co się dzieje w świecie... Dzięki temu właśnie rozpanoszyły się różnego rodzaju „brukowce“... wątpliwej wartości lektura...

Chcąc zasłużyć na miano ludzi inteligentnych, musimy inaczej... zorganizować czytanie gazet“.

I Gryf zaleca:

1) czytajmy stale i regularnie przynajmniej jedno pismo perjodyczne;

2) przedewszystkiem sprawy krajowe, potem zagraniczne;

3) szczegółowo o sprawach politycznych i gospodarczych, artykuły rzeczowe i poważne;

4) sensacyjki przeglądajmy pobieżnie, o ile czasu starczy. — Czytanie sensacyj, kryminaljów itp. to nie odpoczynek. Gdy chcemy mieć lekturę dla odpoczynku — bierzmy jakiś „Magazyn“ lub pismo humorystyczne...“

Cytując powyższe uwagi i zalecenia „Wiarusa“ mimowoli ciśnie się pod pióro propozycja, by nasze instytucje kolportażowe, j. np. Tow. księgarni kolejowych „Ruch“ w Warszawie z całą masą swych oddziałów i miejsc sprzedaży wydawnictw prasowych w porozumieniu z Polskim Związkiem Wydawców Gazet i Czasopism wydało popularny katolog prasowy, w którym winien znaleźć się wykaz całej prasy popularnej i poważniejszej, a nadto rady i wskazówki informacyjne o jej organach, wreszcie, a raczej przedewszystkiem informacje o należytem czytaniu perjodyków i dzienników, jako przykazania i rady dla czytelników prasy, ujęte krótko w lakoniczną formę, naprzykład: „Dziennik i czasopismo — to przyjaciele najlepsi człowieka, — to jego informatorzy i doradcy, nie narzucający się nikomu same, a mimo to niezbędne.

Czyniąc zadość wrodzonej ludziom ciekawości posiadania przez nich „wiadomości złego i dobrego“ o tem, co się w świecie dzieje, — dziennniki i czasopisma informują stale o tem, „co słychać nowego“, a jednocześnie dają rady i wskazówki bez przymusu uważania tych wskazówek i rad za nakazy lub rozkazy. I właśnie dlatego wolną i „nieprzymuszoną wolą“ każdego człowieka jest ich nabywanie i czytanie według własnego wyboru.

Pamiętać jednak trzeba, że:

1. gazety i czasopisma należy kupować lub prenumerować;

2) gazet i czasopism nie wolno wypożyczać do czytania;

Rozmaitości

Sprawozdanie Izby Przemysłowo - Handlowej w Poznaniu za rok 1931 wyszło drukiem jak inne lata w obszernem opracowaniu, formatu 8° stron 311. Zawiera ono również szereg spraw, obchodzących przemysł graficzny. Aczkolwiek naogół wiadomości zawarte w sprawozdaniu za rok 1931 nie są już aktualne dzisiaj i przeważnie omawiane były swego czasu obszernie w „Przeglądzie Graficznym", są one cennym materjałem historycznym. Przypomnimy tu parę danych z działalności Izby Przemysłowo-Handlowej, która współdziała z organizacjami branżowemi i zasięga również oraz współpracuje z Korporacją Zakładów Graficznych. I tak opracowała Izba tabelę stałych norm odpisów z tytułu amortyzacji, celem uniknięcia corocznego przesłuchiwania znawców w tym względzie. Normę tę dla przemysłu papierniczego, przeróbki papieru, fabryk kartonaży itd. ustalono przy pracy przedsiębiorstwa na jedną zmianę na 12%, przy dwóch zmianach, jako że w tym wypadku maszyny ulegają większemu zużyciu, na 15%. Memorjał w tej sprawie domagał się wydania władzom wymiarowym (urzędom skarbowym) odpowiedniego polecenia, by tabelę tę stosowano i by nie kwestjonowano odpisów amortyzacyjnych czynionych przez płatników w podanych normach. Ministerstwo Skarbu nie przychyliło się jednak do tego żądania oświadczając, iż w ciągu kilku lat przyjęły się już pewne normy ustalone przez znawców. — Ze sprawozdania dowiadujemy się dalej, iż w roku 1931 w przemyśle drukarskim zmniejszyły się obroty o 20% w porównaniu z rokiem 1929. Dla porównania dajemy, iż na równi z drukarstwem zmniejszyły się obroty aptek i warsztatów naprawy samochodów, natomiast zmniejszył się obrót o 40—60% w cegielniach, w tartakach, meblarstwie i w restauracjach. — Również interwenjowała Izba w znanej sprawie podatku obrotowego od własnych wydawnictw, na skutek starań jej Min. Poczt i Telegrafów przedłużyło czas przyjmowania przez pocztę kopert okienkowych biegnących nie równolegle do dłuższych brzegów koperty do końca roku 1932. Po tym czasie nie będą przyjmowane koperty z okienkiem poprzecznem, tj. biegnące równolegle z krótszym brzegiem koperty.

Ze statystyki przemysłu graficznego podajemy jeszcze następujące dane: Podczas gdy w końcu r. 1929 w Woj. Poznańskiem zatrudniano 2 045 pracowników w 27 drukarniach (uwzględniono tylko zakłady zatrudniające ponad 20 robotników) w roku 1930 zatrudniało 26 zakładów 1 874 robotników, a w r. 1931 już tylko 22 zakłady 1 642 robotników. A jak zakończy się rok 1932.

Szkoda, że statystyka nie wymienia ilość czynnych maszyn w poszczególnych okresach. Byłoby by to bodaj najwymowniejszym miernikiem stopnia zastoju w przemyśle naszym.

Die Presse, organ szwajcarski zawodowy drukarsko-gazetowy zawiera w nr. wrześniowym b. ciekawy artykuł wstępny na temat: „Policja, prasa, publiczność", a nadto artykuł p. t. „Prasa handlowa — kierowniczką opinji". Pozatem ciekawy jest zamieszczony w odcinku artykuł p. t. „pożerające lasy wydania świąteczne". Informacyjna część aktualna i urozmaicona.

Wiadomości z firm

Drukarnia Polska, Spółka Akcyjna w Poznaniu. Walne Zgromadzenie akcjonarjuszy Spółki odbędzie się 17 listopada rb, o godz. 12-tej w południe w lokalu Spółki, przy ul. Św. Marcina 70.

Zakłady Graficzne Eugeniusza i Dr. Kazimierza Koziańskich, dawniej S. Orgelbranda Synów w Warszawie. Sąd Okręgowy w Warszawie mocą decyzji z dnia 9. 9. rb. zarządził otwarcie postępowania ugodowego.

---

3. gazetom i czasopismom należy ułatwiać rozpowszechnianie się przez zalecanie ich prenumerowania i kupowania, oraz czytywania, zwalczając jednak t. zw. „wypożyczanie" za tańszą opłatą u sprzedawców, ponieważ przez to zysk niesłuszny mają sprzedawcy a straty ponoszą wytwórcy gazet i czasopism: redakcje i nakładcy. Nadto przez „wypożyczanie" utrudnia się nabywanie gazet innym ludziom, gdyż sprzedawcom niejednokrotnie brak gazet dla pragnących je kupić;

4) gazety i czasopisma, przeczytane w wagonach, autobusach i tramwajach oraz w miejscach publicznych należy zabierać z sobą do domu lub wrzucać do skrzynek specjalnych dla chorych w szpitalach lub biednych w przytułkach.

5) gazetami i czasopismami interesować powinien się każdy człowiek, umiejący czytać, a zainteresowanie daje wyraz najlepszy, gdy je czytuje pamiętając o tem, co głoszą podane wyżej cztery zasady i stosują się do nich.

6) O gazetach i czasopismach nigdy nie należy zapominać a wyczytane artykuły i wiadomości specjalnie nas interesujące i dla nas ważne wycinać i zachować, notując tytuł wydawnictwa i jego daty oraz numer, z którego zostały wycięte.

7) Nie należy ograniczać się na czytaniu stałem jednej tylko gazety lub jednego tylko czasopisma.

Czytywać i abonować lub kupować należy ich stale kilka, a nadto, jeśli komu potrzebne są wiadomości w zakresie pewnych spraw, specjalnie dlań ciekawych osobiście lub zawodowo, — to powinien poza prenumerowaniem jednego lub kilku czasopism i dzienników abonować wycinki.

Wycinki z gazet z artykułami i wiadomościami w zakresie wskazanych zagadnień i spraw — stale robione możliwie z największej ilości wydawnictw są b. ciekawym, cennym materjałem informacyjnym dla każdego inteligentnego człowieka w zakresie interesujących go zagadnień...

Wycinki — najlepiej abonować w jedynem istniejącem w Polsce biurze agencji „Informacji Prasowej Polskiej" w Warszawie (ul. Bracka Nr. 5). Dostarczane przez tę agencję wycinki są jakby bezstronną, bo uwzględniającą wydawnictwa wszystkich dzienników i odcieni „gazetą gazet" indywidualnie do potrzeb każdego abonenta redagowaną.

Wycinki, jak już w swoim czasie pisał „Przegląd", są pozatem jednym ze środków krzewienia czytelnictwa gazet i czasopism.

Niejednokrotnie bowiem dzięki wycinkom dowiadują się ich prenumeratorzy o istnieniu nieznanych dla nich wydawnictw i zainteresowani nie tylko tem, co z nich otrzymują w wycinkach, ale i całokształtem treści, zaczynają wydawnictwa te prenumerować lub kupować pojedyńczemi numerami i czytywać...

N. W.

PRZEGLĄD WYDAWNICZY

Organ O. P. Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism

Stanisław Jarkowski

O Polski Instytut Prasoznawczy

(Dokończenie z nr. 43)

P. Wolert pisze bowiem wyraźnie:

„Sekcja... mogłaby zacząć tworzyć archiwum prasowe i zbiory prasy, jako podstawę dla przyszłego Instytutu Prasoznawczego... zająć się ... sprawą zbiorów prasowych ... i podobnemi sprawami ... obecnie rozporządzalnemi siłami ... czas dłuższy ..." „I to można robić bez tworzenia Instytutu Prasoznawczego".

Komentarze zbyteczne. Zbyteczne jest też kwalifikowanie zamiaru p. Wolerta: niech robi to wszystko jakaś sekcja, byle nie było teraz instytutu...

Mimo tak kategorycznych „argumentów" p. Wolerta, które idą dalej niż tradycyjne nasze „jakoś tam będzie", twierdzimy jednak, że Instytut ten powstać powinien corychlej właśnie wobec wielce rozpaczliwego u nas stanu badań i studjów nad prasą, nie bacząc na płonne i przedwczesne obawy p. Wolerta, które okażą się też napewno bezprzedmiotowe. Zważyć bowiem należy, że zanim Instytut będzie mógł wystąpić na zewnątrz z poważniejszemi wynikami swych badań i studjów, czeka go ciężka i długa praca poważnego przygotowania się do nich, praca gruntowna od postaw oraz niejedna walka z trudnościami, jakie mu stawiać będą „ignorancja" i „zła wola" różnych ambicyj i ambicyjek.

Trudności te jednak inicjatorzy Instytutu przezwyciężą, ponieważ zdają sobie sprawę z ważności zadań tej placówki oraz, jak to zaznaczył p. Trzebiński w wykładni swej programu działalności Instytutu, — ponieważ „przyświeca im cel zupełnie jasny i pozytywny, związany z pilną już obecnie potrzebą dobra publicznego", a na drogę ku temu celowi idzie hasło zgodnej współpracy i współdziałania tego ośrodka wiedzy o prasie ze wszystkiemi czynnikami, jakie zmierzają do naukowego, rzeczowego, bezstronnego wzbogacenia rodzimej wiedzy o prasie i krzewienia jej najpożyteczniejszego...

Wśród prac wstępnych tego ośrodka wysunięte byłoby przedewszystkiem to, co również p. Wolert uważa „za najważniejsze" t. j. wytwarzać „zainteresowania do badań dziedziny wśród historyków, ekonomistów i prawników i skierować ich do zajęcia się tematami, związanemi z dziennikarstwem, a także na uniwersyteckich seminarjach literatury polskiej, jak również seminarjach, naprzykład na naszych uczelniach handlowych".

Następnie będą w ośrodku tym te zainteresowania i badania oraz zagadnienia koordynowane, by nie było tej chaotyczności i tych wielu luk, jakie zauważyć się dają u nas w dotychczasowych przygodnych badaniach nad prasą. W ośrodku tym byłyby gromadzone i przygotowywane materjały do tych badań, — Ośrodek byłby tworzony wspólnym zgodnym wysiłkiem tych, którym dobra przyszłość badań naukowych istotnie leży na sercu, jak to niejednokrotnie było zaznaczane na łamach „Przeglądu". Ośrodek ten zwałby się odrazu lub z czasem instytutem prasoznawczym i byłby tworzony stopniowo. Ośrodka takiego nie może zastąpić żadna proponowana przez p. Wolerta „sekcja informacyjna" przy organizacji gospodarczo-zawodowej, ani Jego seminarjum publicystyczne.

Postawienie sprawy, jak stawia ją p. Wolert, nie jest bynajmniej jej rozwiązaniem nie tylko naukowem, ale nawet i praktycznem. Jest może ono wygodnem dla czyichkolwiek ciasnych aspiracji osobistych „bez uwzględnienia potrzeb i warunków terenu polskiego", bez patrzenia w dalszą przyszłość nauki o prasie, bez uwzględnienia tego, co robi się w tej dziedzinie wśród obcych, nie tylko u Niemców, ale i u Francuzów, Anglików i innych zarówno na starym kontynencie, jak i na nowym... Dość wspomnieć tutaj założony w Paryżu przez L'Ecole des Hautes Etudes Sociales zaczątek Instytutu Prasoznawczego — Cercle d'Etudes Sociales".

To nie „sekcja informacyjna" organizacji gospodarczej. To pracownia badawczo-naukowa przy instytucji naukowej. To nie seminarjum.

„Sekcja informacyjna" nie zastąpi i nie jest w stanie zastąpić tego, czem być może i powinien Instytut prasoznawczy, jako pracownia badań naukowych i zbiornica materjałów, potrzebnych do tych badań gromadzonych planowo i systematycznie oraz ośrodek krzewienia tych badań.

Projektowany Instytut Prasoznawczy nie ucierpi bynajmniej wcale wskutek powstania projektowanej sekcji informacyjnej, ponieważ w programie jego działalności przewidziana była przedewszystkiem przecież współpraca z organizacjami gospodarczemi i zawodowemi prasowemi, w których do współpracy tej z Instytutem byłoby trzeba sekcje takie utworzyć, jako łączniki organizacji z instytutem, przy odpowiednim podziale pracy.

Sekcje informacyjne w organizacjach wydawców i dziennikarzy zajmowałyby się przedewszystkiem zbieraniem i opracowywaniem materjałów do spraw zawodowych i gospodarczych prasowych, a przedewszystkiem mogłyby przeprowadzić, jak to wskazuje p. Wolert, ankietę lub ankiety w zakresie stanu materjalnego wydawnictw i dziennikarzy, podobnie jak to uczynił ostatnio Związek Zawodowy Literatów Polskich, który materjał informacyjny, zebrany przez ankietę, dał do opracowania naukowego jednemu z instytutów społecznych, i obecnie pochwalić się może b. ciekawą, aczkolwiek wobec braków w materjałach ankietowych, nie zupełnie wyczerpującą obszerną jednak książką p. t. „Życie i praca pisarza polskiego".

Działając w sposób podobny do Związku Zawodowego Literatów, Sekcje Informacyjne organizacyj prasowych i wydawniczych i dziennikarskich, przyczyniłyby się do zjawienia się w naszem piśmiennictwie, dotyczącym prasy, dzieł zarówno z dziedziny przemysłu prasowego, jak i z dziedziny życia i pracy tych, którzy w prasie pracują jako element twórczy...

Nadto Sekcje Informacyjne tych organizacyj miałyby do spełniania szereg cały innych zadań związanych z życiem prasy i jej zagadnieniami...

Pozatem Sekcja informacyjna w Polskim Związku Wydawców Dzienników i Czasopism była już dawno potrzebna choćby dla kontaktu Związku w jego sprawach z zagranicą. Dlatego też powstaniu jej przyklasnąć należy choćby tylko w przeświadczeniu, że udzielane przez nią informacje będą kompletniejsze i dokładniejsze, niż te, jakie otrzymała w swoim czasie ze Związku Wydawców redakcja wydawnictwa „Handbuch der Weltpresse" przy usilnych o nie zabiegach korespondenta warszawskiego Niemieckiego Instytutu Prasoznawczego, gdy na rozesłane przez Związek Wydawców kwestjonarjusze ankietowe Instytutu zaledwie część wydawnictw prasowych, nadesłała o sobie wiadomości przeważnie niekompletne i nieścisłe, wskutek czego dział polski we wspomnianym informatorze, bynajmniej nie z powodu „ignorancji czy złej woli" redakcji lub jego korespondentów, lecz z powodu braku zainteresowania się samej prasy koniecznością dostarczania dokładnych o sobie wiadomość, — nie wypadł tak, jak wypaść był powinien i został przez p. Wolerta w jego „ferworze publicystycznym" nazwany „skandalicznym".

Na ten temat pewne wyjaśnienia faktyczne znalazły się na innem miejscu, gdzie wspomnieć o nich jednak trzeba było mimochodem ze względu na to, że wspomina o wydawnictwie Niemieckiego Instytut uPrasoznawczego i o polskim w nim dziale p. Wolert w swoim artykule O „Polski Instytut Prasoznawczy" z wiadomych Jemu tylko dokładnie powodów. Nie chciałbym dopatrywać się w nich „złej woli" czy też chęci złośliwości. W przeciwnym bowiem razie trzebaby było zejść z platformy dyskusji polemicznodziennikarskiej o Polski Instytut Prasoznawczy na inny teren, na którym nie powinno być wcale mowy o Polskim Instytucie Prasoznawczym.

Zamykam te wyjaśnienia, które najwidoczniej pragnął otrzymać p. Wolert, zapewniając, że bynajmniej nie było moim zamiarem dokuczenie Mu czemkolwiek, oraz, że starałem się najoględniej jedynie pouzupełniać Jego niedomówienia. Wymagały one tego dla wyraźnego obrazu całokształtu sprawy projektu Polskiego Instytutu Prasoznawczego. Pominąłem zaledwie parę nie mającvch znaczenia dla sprawy tej niewyraźnych aluzyj z ukrytemi w nich szpileczkami frazelogji publicystycznej, którą wyeliminowaćby należało z dalszych wystąpień w sprawie Instytutu właśnie w imię najlepszego, rzeczowego zgodnego już przez wszystkich, którym leżą na sercu badania nad prasą, załatwienia sprawy tej nowej, tak potrzebnej placówki wiedzy o prasie...

* * *

Sprawa założenia Polskiego Instytutu Prasoznawczego, jako ośrodka krzewienia zainteresowań oraz koordynowania rozpoczętych już i prowadzonych, jak dotychczas bezplanowo, studjów w dziedzinie badań nad prasą i wiedzy o niej, — wymaga rzeczowego, wszechstronnego wspólnego zastanowienia się czynników tą dziedziną najbardziej zainteresowanych, zarówno ze sfer naukowych, jak i zawodowych, oraz społeczno-kulturalnych tudzież politycznych i gospodarczych, przy udziale nielicznego u nas grona spcejalistów, którzy poświęcają się badaniom w tej dziedzinie.

Wobec tego pożądane jest porozumienie się przedstawicieli tych sfer i czynników na gruncie neutralnym instytucji społeczno-naukowej, celem uniknięcia supremacji, którekolwiek z tych czynników w dalszym biegu sprawy i studjów w tej dziedzinie.

W wyniku tego porozumienia powstać powinna stała komisja lub rada na terenie instytucji, której porozumienie takie nastąpi, — w Warszawie.

Zadaniem rady tej byłoby obmyślenie i zdobycie środków, któreby umożliwiły corychlejsze powołanie do życia projektowanego Polskiego Instytutu Prasoznawczego, jako instytucji, prowadzonej wspólnemi siłami wszystkich zainteresowanych naukowo zawodowo i gospodarczo w jej działalności, oraz wyposażenie instytutu w niezbędne pomoce, zbiory informacje i możność koordynowania prac innych, istniejących już lubo projektowanych, mniejszych specjalnych placówek, badań i studjów i zaradzenia potrzebom wiedzy o prasie. Terenem takim mógłby być m. in. Instytut Społeczny w Warszawie.

Jako instytucja, mająca na celu naukową organizację pracy społecznej oraz zakresem swej działalności zazębiona nieomal o wszystkiej dziedzinie życia publicznego, w którem prasa odgrywa rolę dominującą, a nadto rozporządzająca, po uporowaniu się ze sprawą własnego dachu nad głową, pobudowanym już obszernym gmachem Instytut Społeczny byłby może najlepszem miejscem na pomieszczenie i uporządkowanie przeznaczonej i ofiarowanych już dla Polskiego Instytutu Prasoznawczego zbiorów prasowych i materjałów celem corychlejszego udostępnienia tych zbiorów i pracy dla wszystkich zatrudnionych w tej dziedzinie badaczy oraz dla realizacji innych celów naukowo-informacyjnych: dla istniejących już i mających powstać seminarjów prasowych w różnych uczelniach a także dla instytucyj zawodowych, społecznych, gospodarczych i politycznych.

Zorganizowany na tym terenie Instytut Prasoznawczy, byłby ośrodkiem koordynującym nie tylko zainteresowania i prace badawcze nad prasą, ale i pożyteczną, — z razu małą, z czasem większą, — naukową i społeczną placówką polską wiedzy o prasie.

Sprostowanie.

Wskutek przeoczenia korektorskiego wkradły się w n-rze 43 w tekście powyższego artykułu omyłki, zmieniające w pewnym stopniu sens treści i wymagające wobec tego sprostowania. Mianowicie:

Na str. 437 (tytułowej) w wierszu 7 zamiast „i" powinien być „:", a w wierszu 12 po słowie „dała"

opuszczono wyraz: „słaby“, wobec czego zdanie, w którem opuszczenie to nastąpiło, brzmieć winno: „Ale prasa polska z małemi zaledwie wyjątkami dała słaby posłuch tej odezwie, temu apelowi...“

Również na str. 437 w wierszu 24 po słowach: „Uwaga ta“ opuszczono wyraz: „nie“, a w wierszu 25 wydrukowano przekreślone w rękopisie wyrazy: „znanych mi“. Wobec tego zdanie to brzmieć powinno: „Uwaga ta nie dotyczy zapewne informacyj...“

Na str. 438 w wierszu 29 w drugiej szpalcie przed słowem „badań“ opuszczono słowa: „w dziedzinie“.

Na str. 439 w wierszu 15 w pierwszej szpalcie po słowie „kurtuazyjnie“, opuszczono wyrazy: „co sprawia wrażenie mgławicowego tuszowania jakby chęci“, wobec czego zbędne są słowa „mgławicowo tuszując chęć“ oraz w wierszu 17 zamiast „i“ winien być umieszczony: , (przecinek).

Wacław Ciechowski.

Płotki i lewjatany polskiej prasy

I.

Puszczając się w drogę dla zwiedzenia lokali i oficyn pism naszych, zacząłem od małego miasta na Polesiu i odwiedziłem redaktora, mieszkającego w najbliższem mojem sąsiedztwie. Ze słyszenia znałem go już dawno, mówiono mi o nim jako o utalentowanym poecie, który gdzieś kiedyś wcale piękne wiersze drukował, ale oto już od siedmiu czy ośmiu lat własne pismo prowadzi. Przeglądałem też to ubożuchne co do treści, skromne pod każdym względem, pozbawione prawie zupełnie własnych artykułów i informacyj pisemko (tygodnik naturalnie) napełniane jakiemiś okruchami wiadomości Pata i innych agencyj stołecznych przedruków. Czego mu brakowało, to właśnie wiadomości lokalnych. Zastanawiałem się też nie raz i znaleźć odpowiedzi nie mogłem na pytanie komu i na co jest podobne pismo potrzebne, prócz może tych kilku prowincjonalnych i stołecznych firm, które zrzadka zamieszczają w nim ogłoszenie.

Chociaż miasteczko, o którym mowa, prócz głównej, posiada jeszcze kilka bocznych ulic, to przecie redakcja mieści się w jednym z domków przy ulicy głównej w lokalu przeznaczonym właściwie na sklep, a więc mającym oszklone drzwi wprost z ulicy i okno, przeznaczone na wystawę. Wielki szyld uprzedza, że to nie zwyczajny sklepik spożywczy, czy jakichś częściej używanych towarów, lecz drukarnia i redakcja. Wchodzimy tam, by stwierdzić przedewszystkiem, że ten organ opinji publicznej nadewszystko lubi liczbę pojedynczą. Jego lokal składa się z jednej jedynej ubikacji, w której się mieści redakcja, administracja, ekspedycja, zecernia, drukarnia tygodnika. Regał jest jeden, maszyna drukarska jedna, stolik, przy którym pracuje redaktor i administrator jeden itd. Sądziłem, że i personel tego pisma jest jednoosobowy, ale nie, stanowi go składacz, dwóch uczniów do wszelkich zleceń i redaktor, będący wydawcą tylko w 50%, ma kolegę, który w połowie finansuje przedsiębiorstwo, nie biorąc udziału w zapełnianiu pisma). Jest też filar redakcyjny współpracownik jakiejś firmy, dostarczający w wolnych chwilach bezinteresownie naturalnie i powiastki i feljetony, i szkice z dziejów miasta.

Sam redaktor jest mężczyzną w wieku średnim, nieszczególnie ubranym, niestarannie ogolonym, odżywianym też przypuszczalnie niezbyt obficie. Zastaliśmy go coś majstrującego koło maszyny, ale na pytanie, czy składa sam swoje pismo odpowiedział negatywnie, przyznawszy się jednak, że je sam łamie i drukuje. Tu zwróciłem uwagę na jego maszynę drukarską i stwierdziłem, że jednak w porównaniu nawet z tą na jakiej Jan Aleksander, dwojga imion, Górczyn swego „Merkurjusza“ drukował, postęp techniczny naszego tygodnika jest ogromny. Właściwie maszyna, używana do powielania szanowanego organu, jest to amerykanka, pedałem też zwana, stosowana pospolicie do drukowania biletów wizytowych, blankietów i tym podobnych robót drobnych, ale od czego pomysłowość. Miasto, które opisuję, w spadku po okupacji niemieckiej) pozostawione własnej inicjatywie nie pomyślałoby o tem prędzej niż za sto lat) otrzymało elektrownię i korzysta z dobrodziejstw do zastosowania tego wynalazku przywiązanych, że zaś znalazł się jakiś mąż pomysłowy, który do amerykanki zastosował motorek elektryczny, więc mój redaktor drukuje swoje pismo na amerykance, poruszanej nie nogą, lecz elektrycznością.

— Jakże to redaktor robisz, pytam zaciekawiony.

Redaktor objaśnień nie odmawia. Pismo jego ma osiem kolumn, drukuje się dwie kolumny na raz, pierwszą ósmą, drugą siódmą, trzecią szóstą, czwartą i piątą nakoniec cztery razy ustawia się na maszynie po dwie kolumny i cztery razy je usuwa, zastępując nowemi. Praca jest długa i żmudna, wymagająca udziału nakładaczy, ale ostatecznie zacząwszy robotę o siódmej rano, ma się numer gotowy na 6—7 wieczorem (tu prochy wynalazcy maszyny rotacyjnej odbijającej 40.000 numerów o 32 kolumnach w godzinę przewracały się w grobie z oburzenia).

Jaki jest wogóle nakład tygodnika przez kurtuazję nie pytałem, ale przypuszczam, że redaktor byłby bardzo szczęśliwy, gdyby miał 1 000 odbiorców, faktycznie, jak słyszałem od sąsiadów, ma ich 300 odbiorców w mieście i drugie tyle w okolicy. Pisma swego sam nie rozsyła i nie roznosi, ale ma przedsiębiorcę, który przychodzi do redakcji w chwili ukończenia druku i cały nakład zabiera. Co on z nim robi, redakcji nic do tego, wieczorem dnia następnego przynosi gotówkę. Redakcja nawet nie ma nazwisk i adresów prenumeratów, zna ich przedsiębiorca, nosi im pismo przeważnie na kredyt, a gdy nadejdzie pora ściąga należność. Załatwia się wszystko po domowemu. Sprzedaży ulicznej niema.

Pożegnawszy się z uprzejmym redaktorem, zacząłem rozmyślać na temat, czy i gdzie są jeszcze na świecie pisma podobne i przypomniałem sobie, że pismo takie było nietylko do niedawna w Islandji, ale nawet w hrabstwie Maripoza na Dalekim Zachodzie Ameryki. Jak świadczy Sienkiewicz, w czasach, kiedy te dalekie strony zwiedzał, a więc około 1878 roku, było tam pismo tygodniowe również, które się nazywało Saturday Weekly Review, co znaczy Tygodniowy Przegląd Sobotni, a którego redaktor był zarazem jego wydawcą, drukarzem, administratorem i roznosicielem. „Ten ostatni obowiązek przychodził mu tem łatwiej, że prócz tego trzy-

mał krowy i każdego rana musiał roznosić mleko po domach"...

Maripoza, oddawałem się rozmyślaniem, to przecie właśnie teren obsługiwany obecnie przez owego wydawcę nad wydawcami Hearsta i jeden z jego licznych dzienników. Wyśmiewać wszystko można, a więc i naszego poleskiego redaktorka też, a przecie robi on swoje, żyje z rodziną, a kto wie, czy nie przygotowuje on gruntu dla przyszłego Hearsta. On ma 600 odbiorców swego pisma, ale Polska ma więcej niż tysiąc takich osiedli jakie on obsługuje, a razem wzięte dadzą przyszłemu naszemu Hearstowi 600 000 prenumeratorów. Jedno mnie tylko nieco smuciło: ów amerykański wydawca miał tylu prenumeratorów, ilu było mieszkańców w prześwietnem mieście Struck Oil City, a nasz wydawca poleski parę procent mieszkańców terenu, któremu służy. Druga różnica, redaktor amerykański był swego rodzaju monopolistą, ludność miejscowa czytała jego pismo i nic więcej, do naszego zaś poleskiego miasteczka poczta przywozi codziennie, zaledwie w kilka godzin po ich wyjściu, po kilkanaście egzemplarzy większych pism warszawskich. Za opłatą 50 gr. czy coś w tym rodzaju miesięcznie, opłacanych miejscowemu krzewicielowi oświaty nazwiskiem Piesik, każdy szanujący się inteligent miejscowy, przeciw czemu walczy bezskutecznie „Związek Wydawców dzienników i czasopism", przeczytuje je, nim dany egzemplarz znajdzie nabywcę. Przy pomocy poczty pantoflowej wszystkie wiadomości interesujące daną okolicę a w gazetach zawarte, zostaną jak najsumienniej rozpowszechnione, nim redaktor miejscowy połowę swego numeru złoży. Czy w tych warunkach pismo może liczyć na wprowadzenie i rozwój niechby w dalekiej przyszłości?

Amerykański pierwowzór naszego redaktora miał jeszcze jeden atut, który mu wiele dopomagał w walce o lepsze jutro, rozpowszechnienie pisma, jego wpływ. Jak świadczy Sienkiewicz, zaczynał on swoje artykuły przeważnie od słów: gdyby nasz podły prezydent Stanów Zjednoczonych poszedł za radą, której udzieliliśmy mu w zeszłym numerze... innemi słowy redaktor swobodnie wyrażał swoje zdanie o najważniejszych zagadnieniach państwowych, zmuszając i czytelników do myślenia i deliberowania nad niemi. Było to może brutalne i niedopuszczalne co do formy, ale pobudzało czytelników do myślenia, wywoływało dyskusję, protesty, pismo kształciło czytelnika, który reagował na jego zabiegi zainteresowaniem się, poszukaniem najnowszego numeru, uważnem czytaniem go. Nasz redaktor daje czytelnikowi przeważnie letnią wodę, nieszkodliwą wprawdzie, ale mdłą i mało komu trafiającą do smaku.

„Życie i praca pisarza polskiego"

Ciekawa i bodajże pierwsza na ten temat książka, będąca wynikiem badań w Instytucie Gospodarstwa Społecznego w Warszawie pod kierunkiem profesora L. Krzywickiego nad materjałem z ankiety socjologiczno-statystycznej Związku Zawodowego Literatów Polskich w Warszawie wśród pisarzy polskich, — ukazała się obecnie na półkach księgarskich z zasiłku Funduszu Kultury Narodowej, jako wydawnictwo Związku Zawodowego Literatów Polskich.

Coprawda myśl odzwierciadlenia życia i pracy, a raczej warunków, w jakich znajduje się życie i praca pisarza polskiego, niejednokrotnie już była u nas rzucana bądź indywidualnie przez jednostki pracujące na niwie twórczości pisarskiej, bądź też w łonie istniejących organizacyj, j. np. w Kasie Literackiej, jako instytucji samopomocy materjalnej, następnie zaś w Tow. Literatów i Dziennikarzy Polskich — w Warszawie, i niewątpliwie w paru innych organizacjach istniejących już dawniej we Lwowie i Krakowie, lecz dopiero Zarządowi Związku Zawodowego Literatów Polskich w Warszawie w latach 1929 i 1930 udało się myśl tę w czyn wprowadzić pod postacią bardzo szczegółowo opracowanej ankiety, rozesłanej nie tylko do członków tego Związku, ale i innych organizacyj, zrzeszających pisarzy polskich i materjał informacyjny, tą drogą zebrany, powierzyć do opracowania Instytutowi Gospodarstwa Społecznego.

Nie wdając się tutaj w omawianie ani trudności, z jakiemi związane było zajęcie się przeprowadzeniem ankiety ani, też metody badawczej przy opracowywaniu materjału ankietowego, nastręczającego przy badaniach nad nim również szereg trudności, gdyż informacje o tem dość szczegółowe zawiera przedewszystkiem nader interesująco i żywo skreślone słowo wstępne prof. L. Krzywickiego, następnie zaś rozdział I, zatytułowany: „Ankieta i stosunek do niej świata literackiego", — pragniemy tylko poinformować najogólniej, jakie dziedziny życia i pracy ludzi pióra w Polsce przedstawia w sposób, na jaki materjał ankietowy, nie zawsze dostateczny pozwolił, księga ekonomiczno-socjologiczna o życiu i pracy pisarza polskiego.

Obraz życia i pracy pisarza polskiego rozpoczyna jakby rzut oka na „geografję literatury polskiej" współczesnej. Stanowi ona pierwszy dział rodziału II-go o stanie osobistym i przedstawia, z jakich b. dzielnic polskich pochodzą osoby, biorące udział w ankiecie, oraz w jakich okolicach kraju zamieszkują.

Z pośród około 200 osób, uczestniczących w ankiecie (z pośród około 700 ludzi pióra żyjących obecnie w Polsce), pochodzi (urodziło się) w b. dzielnicy rosyjskiej 51.6%, w b. dzielnicy austrjackiej 39.1%, w b. dzielnicy pruskiej 3.6% i zagranicą (na obczyźnie) 5.7%, a zamieszkuje:

w Warszawie	około 54%
w woj. środkowych	około 7,5%
w woj. wschodnich	około 3,5%
w woj. południowych	około 20%
w woj. zachodnich	około 10%
i zagranicą	około 5%

(Ciąg dalszy nastąpi)

Rozmaitości

O zniesienie cenzury na Litwie wystąpiła w Kownie delegacja związku dziennikarzy litewskich do ministra spraw wojskowych, płk. Giedrajtisa, który odpowiedział, że obecnie są opracowywane nowe projekty ustawy o ochronie państwa i ustawy prasowej. Projekty te przewidują zniesienie stanu wojennego oraz zniesienie cenzury wojskowej. Podkreślić trzeba, że stan wojenny i prewencyjna cenzura wojskowa istnieje na Litwie od chwili powstania niepodległego państwa.

PRZEGLĄD PAPIERNICZY

Organ dla Branży Papierniczo-Piśmienniczej

Po sezonie szkolnym w branży papierniczo-piśmienniczej

W sprawozdaniu z rynku warszawskiego wspomnieliśmy już, że wskutek ogólnego zubożenia, obniżki płac i pensji urzędniczych odczuć dała się osłabiona w dalszej mierze zdolność nabywcza konsumenta i gdy po inne lata sezon szkolny był w ciągu roku najkrótszym, lecz silnie skoncentrowanym, o wielce ożywionym przebiegu, obecnie wykazywał tendencję przewlekłą. Zakupów dokonywano drobnemi, bodaj najmniejszemi partjami, odkładając całkowite pokrycie zapotrzebowań na artykuły szkolne z tygodnia na tydzień. Objaw ten, według nadchodzących informacyj występował we wszystkich większych i średnich miastach, to też nadzieje pokładane w sezonie szkolnym zawiodły kupców-papierników.

Sezon związany z rozpoczęciem nowego roku szkolnego we wszystkich uczelniach i instytucjach naukowych, uważać można w handlu danej branży za ukończony. Nie przyniósł on wyrównania strat poniesionych przez kupiectwo w okresie martwoty letniej, zaznaczył się bowiem wszędzie dalszym spadkiem obrotów. Już obroty w roku ubiegłym były w stosunku do lat poprzednich mniejsze i niezbyt korzystne, a sezon tegoroczny osiągnął zaledwie 70—75% obrotu zeszłorocznego. W ślad za ilościowem zmniejszeniem się obrotów, kroczy ścieśniony także odpowiednio utarg gotówkowy, powodowany obniżką cen niektórych artykułów.

Pauperyzacja kupiectwa kroczy dalej, osłabienie dziedziny handlu papierniczo-piśmienniczego w tych warunkach staje się więcej dotkliwem niż spotykany pod tym względem objaw w innych gałęziach życia gospodarczego. Wzmaga się natomiast w branży tej, niepożądana i szkodliwa zjawa konkurencji nielojalnej, wytrącająca z rąk otwartego specjalizowanego handlu do reszty możności zbytu. Nie będziemy przytaczać tylokrotnie już omawianych bolączek spotykanych na tym odcinku pracy jak kramikarstwo szkolne, handel domokrążny, nieprzestrzeganie cennika przez napływowych quasi-kupców papierników, lecz zwrócimy uwagę na jeden szczegół mniej może doceniany i trudny do skontrolowania a mianowicie włączanie artykułów szkolnych i piśmienniczych do asortymentu towarów drobnych sklepów spożywczych. Plaga ta przybiera zwłaszcza w większych i średnich miastach coraz szersze rozmiary i staje się dla kupiectwa branży nowem i dość groźnem niebezpieczeństwem konkurencyjnem, którego nie powinniśmy zlekceważyć lub przeoczyć przy zabiegach około uporządkowania rynku papierniczego.

Podnieść tu należy z uznaniem prace nad stabilizacją cen artykułów branży papierniczo-piśmienniczej w handlu detalicznym podejmowaną przez niektóre organizacje lokalne kupców-papierników choć wiemy, że cennik taki nawet nie wszyscy zrzeszeni kupcy respektują, a sporadyczne wypadki bojkotu stosunków uzdrowić nie zdołają dopókąd akcja cennikowa nie oprze się o konwencyjną egzekutywę przemysłu przez unormowanie dostawy towaru. Lecz na wypadek, gdyby nawet kupcy-papiernicy respektowali wydany cennik lokalny dopóki nie ukaże się ogólno-krajowy cennik przemysłu i handlu, miejsca sprzedaży artykułów piśmiennych i szkolnych w licznych sklepach spożywczych, właśnie w tych mnogich „kramikach", których w każdem mieście spotykamy setki całe, stanowi groźne zło, jakie wyeliminować trzeba z konieczności w samym zarodku.

Obok wspomnianych już współczynników, które wpłynęły na zmniejszenie się obrotów w tegorocznym sezonie szkolnym w handlu tej branży, o ile chodzi o sprzedaż zeszytów, kajetów, bruljonów, bloków rysunkowych, zeszytów do wycinanek, okładek, ołówków, stalówek, gumy, plastoliny itp. drobnych artykułów szkolnych, dokonana sprzedaż w „kramikach" spożywczych wytworzyła niewątpliwie duży ubytek, bodaj czy nie dorówna on straconym w branży 20—25% obrotów w porównaniu z rokiem ubiegłym. W „kramikach" tych oddawano stałym odbiorcom artykuły te jak inne na krótkoterminowy kredyt, gdy w specjalnym handlu papierniczym towary wszelkie w cząst-

kowej sprzedaży dostarczać można jedynie za gotówkę. W tem ukrywa się również dla handlu papierniczo-piśmienniczego zjawisko niepomyślne i szkodliwe. Zbiedniały konsument korzysta ze wszelkich napotykanych udogodnień w zadaniu pokrycia swych zapotrzebowań.

We wstępnych rozważaniach o przebiegu i wyniku tegorocznego sezonu szkolnego uważamy za celowe wskazać na powyższy fakt mniej dotychczas wspominany i doceniany. Sprzedaż artykułów szkolnych w „kramikach" spożywczych, biorąc liczebny ich stan pod rozwagę, przeistacza się z roku na rok w coraz groźniejszy dla handlu branżowego współczynnik konkurencyjny kategorji nielojalnego współzawodnictwa.

Papier i artykuły piśmiennicze w oknie wystawowem

W s k a z ó w k i z n o t a t n i k a d e k o r a t o r a.

O roli, znaczeniu i sposobach dekoracji okna wystawowego mówi i pisze się dużo; również i w czasopiśmie naszem z uwagi na stałą aktualność i ważność problemu zamieściliśmy niedawno temu na temat zagadnienia tego całą serję artykułów, a od czasu do czasu podajemy krótsze wskazówki na czasie z zakresu nowych, skutecznych pomysłów wystaw witrynowych, stołów i wnętrz sklepowych w zastosowaniu do branży papierniczo-piśmienniczej. W przeżywanym czasokresie, gdzie w pokrywaniu zapotrzebowań uwzględnia się tylko najniezbędniejsze, gdzie konsument pod względem dokonywania zakupów grzeszy niespotykaną niemal nigdy absencją, wartość i znaczenie celowej propagandy są daleko większe niż w latach pełnej konjunktury. Bardziej ważkim niż problem wytwórstwa jest dzisiaj zagadnienie zbytu. Oferta pomysłowo ujęta i skutecznie na masy oddziałująca, w powodzi podaży wypłynie zawsze jeszcze na powierzchnię i dozna należytej uwagi.

W propagandzie rozróżniamy dwa ważne współczynniki a mianowicie: zabiegi około zdobycia klienta i pracę nad utrzymaniem odbiorcy, czego wyłącznie dostawą jakościową uzyskać nie zdołamy. Szczególne znaczenie w propagandzie posiadają: wybór odpowiedniego czasokresu i okoliczności oraz rodzaj środka oddziałującego na psychozę klienta-konsumenta, bądźto w formie ogłoszenia, reklamy, listu, cyrkularza, czy dekoracji okna wystawowego. Wiemy z poprzednich elaboratów na ten temat, że przechodnie zatrzymują się przed oknem wystawowem przeciętnie na 15 sekund i w tym krótkim momencie dać trzeba możność, by na rzut oka objąć zdołali całokształt dekoracji a przedewszystkiem, by naskutek działania wabika wzroku wbiło się w pamięć przechodnia to, na czem nam szczególnie zależy, czyli artykuły stanowiące podstawę dekoracji. Dalej wykazują statystyki, że z osób przechodzących przed naszym składem czy sklepem zatrzymuje się przed oknem tylko 6% przechodniów, z tej przeto przyczyny starać się winniśmy, ażeby okno wystawowe oryginalnością dekoracji zwracało na siebie uwagę i ściągało choćby przelotny wzrok przechodniów.

Trudności znapotykane, spoczywają przedewszystkiem w wielce zróżnicowanym charakterze branży artykułów papierniczo-piśmienniczych, popełnia się więc przeważnie ten błąd, że najchętniej pokazalibyśmy w oknie wszystko co tylko mamy na składzie, jest natomiast drobnostek tych ilościowo za wiele. W dekoracji masówkowej nie może uwypuklić się artykuł, który w danej chwili winien przodować i na który istnieje zwiększony popyt sezonowy lub okolicznościowy. Z tej racji, na co niejednokrotnie już wskazywaliśmy, zalecenia godnemi są w branży naszej s p e c j a l i z o w a n e dekoracje okien a choć w branży artykułów papierniczo-piśmienniczych stosunkowo dużo mamy w ciągu roku krótkotrwałych sezoników oraz okolicznościowych tygodni i dni żywszego popytu na różne artykuły, kupiec-papiernik nie może być zbytnio wygodny i winien dekoracje okien częściej zmieniać, choćby częściowo przez przesunięcie i przegrupowanie towarów, lecz całości nadać z pozoru inny wygląd.

Dekoracja okna jest wprawdzie produktem indywidualnym gustu, smaku i zdolności artystycznych, nie wystarcza jednak, by podobała się wyłącznie właścicielowi przedsiębiorstwa i w dodatku samemu dekoratorowi, gdyż odpowiadać ona z konieczności musi w pierwszym rzędzie psychozie klienta, upodobaniom i wymogom konsumenta i wówczas dopiero spełnia swoje właściwe przeznaczenie. Zabierając się do takiej czynności opierać się trzeba na zasadach teoretycznych i technicznych, na próbach i doświadczeniach, na psychologicznem odczuciu wymagań i potrzeb konsumenta, na spostrzeżeniach i praktyce fachowców specjalistów na polu dekoracji okien. Zwłaszcza ci ostatni służyć mogą wszechstronnemi i wyczerpującemi wytycznemi. Przytaczamy w uzupełnieniu poprzednich szereg dalszych z praktyki wyjętych wskazówek w ujęciu luźnem bądźto znaczenia ogólnokupieckiego, względnie dotyczących branży papierniczo-piśmienniczej.

P y t a n i a i r o z w a ż a n i a w s t ę p n e. Przed rozpoczęciem dekoracji okna nie zaleca się przechodzić natychmiast do pracy bez odpowiedniego przygotowania, lecz uprzednio trzeba sobie stawić kilka pytań, rozważyć je i tym sposobem przygotować plan postępowania mniejwięcej w sposób następujący: a) Na co istnieje popyt? Co mogę zaoferować? Jakie artykuły i w jakiej cenie? b) Które z towarów danej kategorji czy grupy przeznaczę tym razem w okno? Na jakiej jakości fabrykaty jest w danej chwili najłatwiejszy zbyt, ile wystawię wzorów i jakiego wykonania? c) Czy towary te potrzebują jakiego oparcia? Czy ugrupowanie ich nastąpi na tle kolorowym i jakiej barwy? Jaką barwę zastosuję do ścian bocznych? Czy główną grupę ustawię na podium lub odpowiedniem wzniesieniu? Jakie dołączę do wystawy pokrewne artykuły nie rażące i nie psujące specjalnego charakteru dekoracji, by okno oferowało to, na czem głównie zależy. d) Wpierw szkic na brudno. Decyzje podjęte na powyższej zasadzie w myśli, przenieść w formie prowizorycznego szkicu na papier. Lepiej na papierze trzykrotnie przeprowadzać zmiany i ulepszenia, niż raz jeden przebudowywać całą wystawę. e) Zbadać czy wszystkie przewidziane środki pomocnicze są przygotowane: podium, kulisy, papier dekoracyjny, rekwizyty dekoracyjne, gwoździe, pluskiewki, spinacze, tabliczki, czy etykie-

ty z cenami itd. Wszystko musi być gotowe do użytku. f) Czy przygotowane są wszystkie artykuły i towary w takim porządku jak grupowane będą od przodu do tyłu? Zbadać starannie każdy przedmiot, wyznaczyć wyraźnie cenę. g) Po stwierdzeniu, że wszystko jest w należytym porządku przystępujemy do dekoracji i pracujemy możliwie bez przerywania aż do ukończenia, gdyż myśl skupiona około wystawy usprawnia czynność naszą i dopomaga do tem pomyślniejszego wyniku. h) Do dekoracji w naszej branży jako środki pomocnicze stosować tylko p a p i e r, b i b u ł y, k a r t o n, t e k t u r ę.

D z i e s i ę ć p r z y k a z a ń o o k n i e w y s t a w o w e m. Jak szyld firmowy jest biletem wizytowym samodzielnego kupca, tak okno wystawowe stanowi odzwierciedlenie danego przedsiębiorstwa, jest bezpośredniem zaproszeniem do zwiedzenia naszego składu i z tej przyczyny okno traktować trzeba z należytą pieczołowitością jako naszego najlepszego sprzedawcę. Poniżej przytaczamy dziesięcioro przykazań, których przestrzeganie, przyniosło niejednemu kupcowi wydatne korzyści:

I. Utrzymuj okna wystawowe w najwyższej czystości na wewnątrz i zewnątrz, każ je często czyścić gruntownie a częściej jeszcze usuwać osiadający pył.

II. Staraj się wystawiać zawsze jaką nowość lub przedmiot wzbudzający powszechne zainteresowanie i unikaj pod każdym względem naśladowania konkurencji.

III. Zważaj na wyraźne napisy plakatów, wywieszek i etykiet z cenami i dobieraj do tego piękną formę i barwy odpowiednie.

IV. Nie używaj do dekoracji okna artykułów, których na składzie jest niedostateczna ilość lub wogóle ich brak w asortymencie towarów.

V. Utrzymuj w ugrupowaniu pewne rozgraniczenie artykułów jakości wyższej od małowartościowych, bowiem pozorne ich zmierzanie jest szkodliwem.

VI. Nie zapominaj nigdy, że słońce jest wrogiem niemal wszystkich towarów, chroń je przeto wczas przed ujemnym wpływem promieni słonecznych, markiza przed oknem wystawowem jest konieczna, lecz po ustąpieniu słońca należy ją natychmiast podnieść, gdyż pociemnia za bardzo.

VII. Zmieniaj dekorację okna wystawowego częściej, przeznaczaj wszakże zależne od okoliczności inne towary, w innem ugrupowaniu.

VIII. Nie przeprowadzaj nigdy dekoracji okna w późnych godzinach popołudniowych — w głównych godzinach otwarcia handlu witryna działać winna propagandowo.

IX. Podczas dekoracji zasłoń okno, gdyż zaciekawia to przechodniów, dla których nowa wystawa, nową być winna atrakcją i objektem zainteresowania.

X. Oświetlaj okno wystawowe prawidłowo, wcześnie i kilka godzin po zamknięciu składu — zważaj — że dobrze i pomysłowo eksploatowane okno wystawowe stać może się najlepszym sprzedawcą.

P r o p a g o w a n i e z a k u p u p o d a r k ó w. W obecnym czasokresie bezmiernego kryzysu, w którym wszyscy ścieśniają wydatki swoje do minimum, handel artykułów papierniczo-piśmienniczych z jego mnóstwem drobnych tanich i użytecznych oraz praktycznych przedmiotów, jest najodpowiedniejszem źródłem zakupu wszelkiego rodzaju podarków okolicznościowych. Ten znak czasu i charakterystyczną cechę papiernictwa wykorzystuje się na tym odcinku zagranicą w pomysłowy i wcale skuteczny sposób. W ciągu miesiąca, młody i stary, każdy niemal człowiek z okazji jakiejkolwiek okoliczności, zmuszony jest do zakupienia upominku czy podarku. Znajduje się on niejednokrotnie w trudnej sytuacji co do wyboru podarku lub jest niezdecydowany a częściej jeszcze w nawale innych, ważniejszych obowiązków zapomina zupełnie o tegorodzaju „miłych“ dziś obowiązkach. Właściciel składu papieru nie zbłądzi a przeciwnie postąpi dobrze, jeżeli przez wywieszkę, lub umiejętnie ujęty widoczny plakat, przypomni klienteli o tych obowiązkach, oferując specjalnie ten lub ów przedmiot, jako najodpowiedniejszy i najtańszy podarek.

Pewien kupiec-papiernik wpadł na dobry pomysł. Wywiesił on w oknie większych rozmiarów plakat, przedstawiający wewnętrzne strony otwartego notatnika i wypisał takie adnotacje:

Listopad 4 — Karola
kupić Notatnik z kalendarzem na 1933 r.
„ 5 — Elżbiety
kupić kasetkę papieru listowego.
„ 11 — Marcina
25-lecie zawodowe stryja — nabyć wieczne pióro.

Plakat zawierał napis: „Praktyczne podarki okolicznościowe tu najtaniej i w wielkim wyborze i ukazywał się z końcem miesiąca ze wskazówkami na miesiąc następny, uwzględniając, że przy obkrojonych pensjach i poborach, każdy zestawia budżet wydatków, załatwiając zakupy po pierwszym. Na tem tle przeprowadzać można różne inne kombinacje, niemniej pomysłowe i skuteczne.

Pod napisem: „Niezbędne dla każdego Pana“! wystawia się w oknie w pewnem narożniku: notatnik, kalendarzyk kieszonkowy, wieczne pióro, mechaniczny ołówek, ołówki zwykłe, bloczek w preszpanie, gumę do wycierania, bilety wizytowe, maszynkę do ostrzenia ołówków, karty do gry itd.

Wywieszkę łącznie z tą grupą towarów ujmuje się jako wabik wzroku. — Pod równym napisem „dla Pani“ zestawić można odpowiednią inną grupę towarów.

Celem umożliwienia poglądu jakie towary odpowiednie na podarki nabyć można po cenie jednolitej, wystawia się w oknie na gustownie ujętych wzniesieniach tak zwane „płyty podarkowe“ na których zestawia się towary o jednolitej cenie, lecz w różnych grupach cen, np. po 2 zł, 3 zł, 5 zł. Napis wywieszki: „Szukasz Podarku? — Wybieraj co odpowiada Twemu życzeniu!“

Nie zły jest również następujący pomysł: Wycinki ogłoszeń artykułów markowych branży papierniczo-piśmienniczej z czasopism ilustrowanych, które naturalnie utrzymujemy na składzie, naklejamy w sposób fantastyczny lub gustowny na tekturę obciągniętą barwnym papierem, robimy z tego podpadający z dala plakta i zaopatrujemy w napis: „Wszystko tu do na-

bycia!" Tegorodzaju plakat jest dobrym, silnie oddziałującym wabikiem wzroku i przypomina przechodniom celowo przez fabryki reklamowane artykuły markowe, o których poprzednio czytali w czasopismach i dziennikach. — Nadmienić tu wypada, że nasze fabryki, od dłuższego czasu wsparte o skuteczną ochronę celną i żyjące bez obawy nacierania konkurencji z zewnątrz, nie łożą zbyt dużo na cele reklamy prasowej, choć jest to niewątpliwie na przyszłość taktyka wadliwej oszczędności a co statystykami ostatnich lat dowodnie przez zagranicę stwierdzonem zostało. Z tej też przyczyny zagraniczne fabryki wyrobów markowych, nawet w czasie najgłębszego kryzysu, nie zaniedbują szerokiej akcji propagandy i reklamy prasowej, uznanej za środek najskuteczniejszy.

Badanie prawidłowego oświetlenia okien. Naukowe seminarjum propagandy przy uniwersytecie kolońskim przeprowadzało w ostatnim czasie badanie doświadczalne oświetlenia okien wystawowych. Ogółem poddano gruntownej rewizji technikę oświetlenia 631 okien wystawowych różnych branż. Stwierdzono przytem, że w branży papierniczo-piśmienniczej 17,6% posiadało dobre, 23,5% dostateczne, względnie mierne i 58,9% złe oświetlenie okien wystawowych. Według oceny kolońskiego seminarjum naukowego propagandy, dla branży artykułów papierniczo-piśmienniczych, księgarń i składów nut, nadaje się najlepiej miękkie oświetlenie okien wystawowych. U nas w Polsce technika dekoracji okien wystawowych w naszej branży pozostawia wiele do życzenia a technika oświetlenia, za małemi tylko wyjątkami, znajduje się w stanie zupełnego zaniedbania i niedoceniania jej znaczenia.

Rozmaitości

Jo — jo, nowy artykuł dla naszych składów papierniczych, może być w dzisiejszych czasach zastoju dźwignią niejednego interesu. Gra ta opanowała gorączkowo młodych i starych i ukazała się już w handlu z drzewa jak i z ebonitu. Chodzi o to, aby konjunkturę jo — jową wykorzystać odpowiednią reklamą. I tak np. ofiarując jeden krążek jojowy chłopcu pod warunkiem, by przed składem uprawiał przez jakąś godzinkę swój sport, a rychło zgromadzą się ciekawi i zaczną skupywać. Kupiec przekona się, że zapas jego wyczerpał się prędzej niż myślał. Przy tej sposobności pozyska niejednego klienta i na inne artykuły.

Handel branży papierniczej oraz przemysłu przeróbki papieru w Gdańsku. Wedle sprawozdania gdańskiej Izby Handlowej, papierniczy przemysł przetwórczy oraz handel papierniczy ucierpiały znacznie w roku 1931 z powodu ogólnego przesilenia gospodarczego. Zmniejszenie się koła konsumentów stworzyło w przemyśle i handlu niezdrowe stosunki konkurencyjne. Dzięki cłom wpływa do Gdańska coraz mniej towaru zagranicznego, tj. niemieckiego, natomiast wzrasta konsumcja pochodzenia gdańskiego i polskiego. Nowe te źródła wytwórczości zastosowują się coraz bardziej wymaganiom gdańskiego konsumenta i zadawalają w zupełności jego potrzeby. Gdański przemysł papieru pakowego i tektury ucierpiał wskutek konkurencji polskiej. Drukarstwo gdańskie skazane jest wyłącznie na odbiorcę gdańskiego i cierpi wskutek wzajemnej konkurencji.

Stan austrjackiego przemysłu papierniczego. Austrjacki instytut dla badania konjunktur informuje, że w miesiącach tegorocznego lata produkcja tamtejszego przemysłu papierniczego doznała dalszego ograniczenia. Stan zatrudnienia we wszystkich działach wytwórstwa papieru zmalał. Papier zajmuje w austrjackim eksporcie znaczną pozycję, to też brak możliwości wywozowych odczuwa się ujemnie w ogólnym bilansie handlowym. Ograniczenie importu pozostaje bez większego znaczenia na ogólną sytuację w tej dziedzinie produkcji i handlu.

Dalsze zabiegi o uzdrowienie stosunków w niemieckim przemyśle papierniczym. W myśl uchwał powziętych na monachijskim zjeździe przedstawicieli niemieckiego przemysłu papierniczego, przeprowadza się obecnie dalsze zabiegi około uzdrowienia stosunków w tamtejszym papiernictwie. W tym celu dla ograniczenia produkcji zaprowadza się 5-dniowy tydzień pracy (dotychczas pracowano 6 dni w tygodniu); dalej specjalna komisja fachowa zajmuje się uregulowaniem problemu cen. W Monachjum zdołano uzgodnić poglądy i zawarto ostro ujętą konwencję na wyznaczenie ilościowego i jakościowego kontyngentu na fabrykację papierów wszelkiego rodzaju i gatunku. Na niektóre gatunki papieru jak n. p. na surogat papieru pergaminowego zestawiono już ilościowy kontyngent dla odnośnych fabryk. W wypracowaniu ilościowej konwencji na celulozę i papier pakowy, komisja fachowa ma jeszcze tylko do załatwienia niektóre mało znaczne formalności. Umowa konwencyjna przewiduje obok ustalenia i uregulowania jednolitych, wolną sprzedaż produkcji, lecz pod ścisłą kontrolą i z przestrzeganiem wyznaczonego ilościowego kontyngentu.

Wiadomości z firm

W rejestrze handlowym Sądu Grodzkiego w Poznaniu wpisano dnia 12-go sierpnia 1932 r. pod nr. 1042 firmę **Aquila, Tadeusz Bartsch, Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, Poznań.** Przedmiotem przedsiębiorstwa jest handel papierem, materjałami piśmiennemi, biurowemi i zabawkami, mianowicie dalsze prowadzenie dotychczasowego przedsiębiorstwa kupca Tadeusza Bartscha z Poznania pod firmą Aquila. Kapitał zakładowy wynosi 20 000 złotych. Kierownikiem jest kupiec Tadeusz Bartsch z Poznania.

Telefon nr. 25-55 — Adres Redakcji i Administracji: Poznań, Stary Rynek 4 — P. K. O. Poznań 203 627

Ostatni materjał redakcyjny przyjmuje się do poniedziałku godz. 18-tej. — Przedruk artykułów dozwolony tylko za zgodą redakcji — całego resztującego materjału informacyjnego w naszem słowabrzmieniu tylko za podaniem źródła.

Przedpłata kwartalna na urzędach poczt. zł 12,—. Dla członków Korporacyj (tylko za przesłaniem należytości do administr.) zł 6,—. O przerwaniu prenumeraty należy zawiadomić administrację. O ile to nie nastąpiło, obowiązuje prenumerata nadal.

WYDAWCA: Hurtownia Drukarska Spółka z o. odp. w Poznaniu, Stary Rynek 4. — Redaktor: Teodor Kryg w Poznaniu

Czcionkami Sp. Akc. Drukarnia Polska w Poznaniu, św. Marcin 70.